

平成 30 年第 339 回定例兵庫県議会

(平成 30 年 2 月 16 日～ 3 月 23 日：会期 36 日間)

一般質問 (平成 30 年 2 月 23 日金曜日)

質問者：村岡まゆこ

本会議等の様子をライブと録画映像で視聴できます。
<http://www.hyogokengikai.jp/broadcast/>



(2) インバウンド向け体験型ツーリズムの推進について

質 体験型ツーリズムへの注目度が増している。本県ではその展開に成果を上げている。だが、ゴルフツーリズムでは本県の圧倒的なブランド力を一層生かすべきであるし、農業体験ツーリズムや産業体験ツーリズムでも、まだまだ取り組む余地がある。

集客やPR方法が課題となるが、情報発信等だけでなく、県下各地の体験型ツーリズムの担い手等によるPRイベントの実施・出展や情報発信等への支援も必要である。こうした課題への対処も含め、体験型ツーリズムの推進について、当局のご所見を伺う。

答 ■ 知事 (井戸敏三)

本県へのインバウンド誘客において、体験型ツーリズムの充実は不可欠である。来年度は、体験型クルーズを更に促進し、県下の日本遺産を訪ねる外国人向けの体験観光ルートを新たに設定して世界に発信いく。また、農家、酒蔵、工芸品制作、フルーツ狩りといった体験プログラムについて、施設や担い手が外国人の誘客にも踏み出すような支援を開始する。

さらに、スポーツツーリズムを推進しPRしていく。ゴルフについては、国内外でのゴルフ関連の博覧会、商談会への出展や海外旅行エージェンシー等を招聘するなど、新たな支援を行っていく。今後とも県内の関係者とも連携を密にしなが、体験型ツーリズムのバラエティを増やして誘客に努めていく。

(3) 観光農園の振興について

質 近年農業は農業体験ツーリズムという新しい価値を得ている。観光農園は、農業体験ツーリズム推進と農業振興の両面で力強く推進していくべきで、観光農園人気は本県にとっても大きなチャンスである。

一方で観光農園には、観光シーズンとオフシーズンの収入格差や、観光客の受け入れ体制を整える負担という課題がある。観光農園の展開には、集客・PRの展開といった経営ノウハウの習得や財務基盤の安定化等、経営手腕が必要だ。そこで、観光農園の振興に向け、農業・農家の観点に立った独自の経営支援を行っていく必要があると考えるが、当局のご所見を伺う。

答 ■ 農政環境部長 (藤澤崇夫)

観光農園は、農業の収益性向上に有効であり、大都市近郊にある本県農業の強みを生かす取組である。収益性向上には、消費者ニーズを捉えた品目の生産や集客につながる効果的なPRの実施、施設整備に必要な経費の確保等への課題対応が必要だ。課題への対応として、県では、①新品種の生産技術の指導、②ひょうご農業MBA塾の開設、③中小企業診断士等専門家による指導、④6次産業化への支援、そして、⑤施設整備を支援する農業施設貸与事業等の施策を展開している。

さらに、平成30年度は、農業経営の法人化や個人経営の強化を図るため、新たな事業に必要な機械等の導入や人材雇用等を支援する法人化促進総合対策事業を創設する。この事業を活用して、新たに法人化して取り組む観光農園の展開や観光農園を営む法人の事業拡大を支援する。

今後も農業経営体の経営力の強化により観光農園を振興し、収益性の向上と県民が農に親しむ機会の拡大を図っていく。

1

ツーリズムの総合的な推進について

(1) 県内各地へのインバウンド誘客の促進について

質 訪日外国人旅行者数は5年連続で過去最高人数を更新し、近畿のインバウンド消費額は伸びているにもかかわらず、本県の大阪、京都との差は開く一方である。県では、神戸、姫路城、城崎温泉の3拠点をつなぐひょうごゴールデンルートのPRを展開しているが、北播磨地域への誘客が非常に手薄ではないか。

交通の要衝たる北播磨地域の恵まれた観光資源を、ひょうごゴールデンルートの周遊ルートに戦略的に組み込み、その魅力をPRすることで、ひょうごゴールデンルートへの誘客に対する相乗効果も期待される。そこで、北播磨地域をはじめとする県内各地へのインバウンド誘客の促進について、当局のご所見を伺う。

答 ■ 知事 (井戸敏三)

平成 29 年に本県を訪れた外国人旅行者は、国の暫定集計では、過去最高の 158 万人で、26 年以降、着実に増加して約 2 倍となっている。しかし、大阪、京都に大変大きな差が生じている。来年度は、ひょうごゴールデンルートをもっと強力にPRすることとして、SNSなどを活用した情報発信を強化することとしたい。

まず、中国向けにユーザー数約 9 億人の Wechat にページを開設して観光情報を発信する。二つに、世界最大のオンライン旅行社、エスクペディア社と連携して海外オンラインプロモーションを展開する。三つに、日本を代表する個人旅行ガイド誌である地球のあり方の出版社との連携により開設したオンライン情報誌について、県内各地の観光情報を充実させて、多言語で発信いく。

こうした取組の中で、神戸、姫路城、城崎温泉から更に足を伸ばしてもらうため、例えば、北播磨について言えば、県民局や市町とともに、ご指摘のゴルフ場、山田錦、播州織などの観光資源を積極的にPRしていく。

最近聞いた話であるが、最近の日本酒ブームで山田錦の郷を尋ねる外国人が、造り酒屋も見学したいが、三木だどどうすればいいのかということが尋ねられたという話を聞いた。このような観光ポイントの更なるネットワーク化が必要であると考えます。

ひょうごゴールデンルートの更なるPRや多言語の案内表示やPRツールやWi-Fi環境の整備などにも取り組み、県内全域への外国人旅行者を呼び込むことにつないでいく。